

УДК 643.2

## **ЭВОЛЮЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ. ОТ ФРАГМЕНТАЛЬНОГО К СИСТЕМНОМУ ПОНИМАНИЮ**

Асланова А. А., Хайтбаев В. А.

Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика  
С. П. Королева (национальный исследовательский университет), г. Самара

Логистика – уникальная область деятельности, поскольку ею занимаются повсюду в мире по 24 часа в сутки 7 дней в неделю на протяжении 52 недель в году.

Основные факторы (причины) развития логистики:

- 1) переход от рынка продавцов к рынку покупателей, который сопровождается существенными изменениями в стратегии производства и системах товародвижения;
- 2) необходимость сокращения расходов на физическое распределение, начиная от снабжения и заканчивая потреблением;
- 3) достижение предела эффективности производства;
- 4) быстрый рост затрат на перевозку;
- 5) компьютерные технологии.

Логистика, как любое научное направление, имеет свою историю. Большинство исследователей выделяют в развитии логистики несколько этапов (периодов): фрагментации, становления, развития, интеграции.

Этап 1: период фрагментации (1920-1950 годы). Характеризуется обособлением самостоятельных и фрагментарных действий в сферах закупок, складирования, дистрибуции. Рассматриваемый период важен тем, что в нём были сформулированы предпосылки будущего внедрения логистики, наиболее важной из которых является зарождение концепции маркетинга.

Этап 2: период становления (1950-1970 годы). На этом этапе транспорт и склад, прежде связанные лишь операцией погрузки и разгрузки, приобретают тесные взаимные связи. Они начинают работать на один экономический результат по единому графику и по единой согласованной технологии.

Этап 3: период развития (1970-1980 годы). Середина 80-х годов – к взаимодействию складирования и транспортировки начинает подключаться планирование производства. Это позволило повысить качество обслуживания потребителей за счёт своевременности выполнения заказов, улучшить использование оборудования.

Этап 4: период интеграции (1990 годы). Объединение логистических функций фирмы и ее логистических партнеров в полную логистическую цепь, управление материальными и сопутствующими им потоками, создание международных логистических систем.

В результате эволюции мы имеем дело с логистической системой, основными признаками которой являются:

- потоковый процесс;
- определённая целостность на основе интеграции элементов системы, таких как закупка, склады, запасы, транспорт (подсистема, работающая со всеми элементами), кадры, сбыт, обслуживание производства.

На основе инновационных преобразований информационной инфраструктуры логистики происходит развитие управленческого инструментария, формируются новые логистические концепции, такие как «PartyLogistics».

Под 1PL, как правило, понимается автономная логистика, когда все необходимые операции (складирование, транспортировка и т.д.) выполняются

грузовладельцем самостоятельно с помощью собственной инфраструктуры и персонала.

2PL – самая простая форма аутсорсинга логистики: сторонняя специализированная компания в рамках контрактных обязательств берёт на себя выполнение задач по транспортировке товаров и техническому управлению складскими запасами.

3PL – более развитая форма аутсорсинга: кроме типовых задач, профессиональная логистическая компания может осуществлять операции по перегрузке, сортировке, упаковке и иной обработке грузов, а также предоставлять клиенту другие дополнительные услуги с высокой долей добавленной стоимости (в том числе используя субподрядчиков).

В задачу 4PL-провайдера входят планирование, управление и контроль за всеми логистическими процессами компании-заказчика для достижения более долгосрочных стратегических целей и расширения задач бизнеса.

5PL: «виртуальная» логистика. Логистика будущего.

От интегрированной логистики или 4PL-провайдера дальше развитие логистики выходит на новый уровень – 5PL-провайдер или же «виртуальная логистика». 5PL-провайдер – логистический аутсорсер, оказывающий весь комплекс услуг за счёт использования глобального информационно-технологического пространства – «виртуальный» логистический партнер.

Вводится аналог аукционных электронных площадок, где продают логистические услуги. Как же действует электронная площадка? С одной стороны на электронной площадке находится заказчик, с другой – исполнитель. Заказчику доступны все данные об исполнителях: их надёжность, качество товара, отзывы других клиентов, цены и т.д. Клиенты могут самостоятельно размещать заказы, отслеживать состояние заказов и т.д. Заказчик на основе своих запросов размещает заказ на электронной площадке (критерии N), на основании выдвинутых критериев на экран выводится список тех исполнителей, которые могут удовлетворить запрос клиента, следовательно, чем больше заказчик выдвигает требований, тем больше сужается круг исполнителей. Сделаем вывод о том, что при добавлении нового критерия (условия) число исполнителей сокращается и заказчик из данной списка можно выбрать наиболее альтернативного для него.

И в заключении хочется сказать, что в течение рассматриваемого исторического периода произошли также существенные изменения в мировой экономике, которые объясняют феномен логистического взлёта.